

2018年度业绩说明会

创新 | 质量 | 效率

华润三九医药股份有限公司

二〇一九年三月



目 录

Contents



第一部分

2018年业绩回顾

第二部分

2019年工作展望

目录

Contents

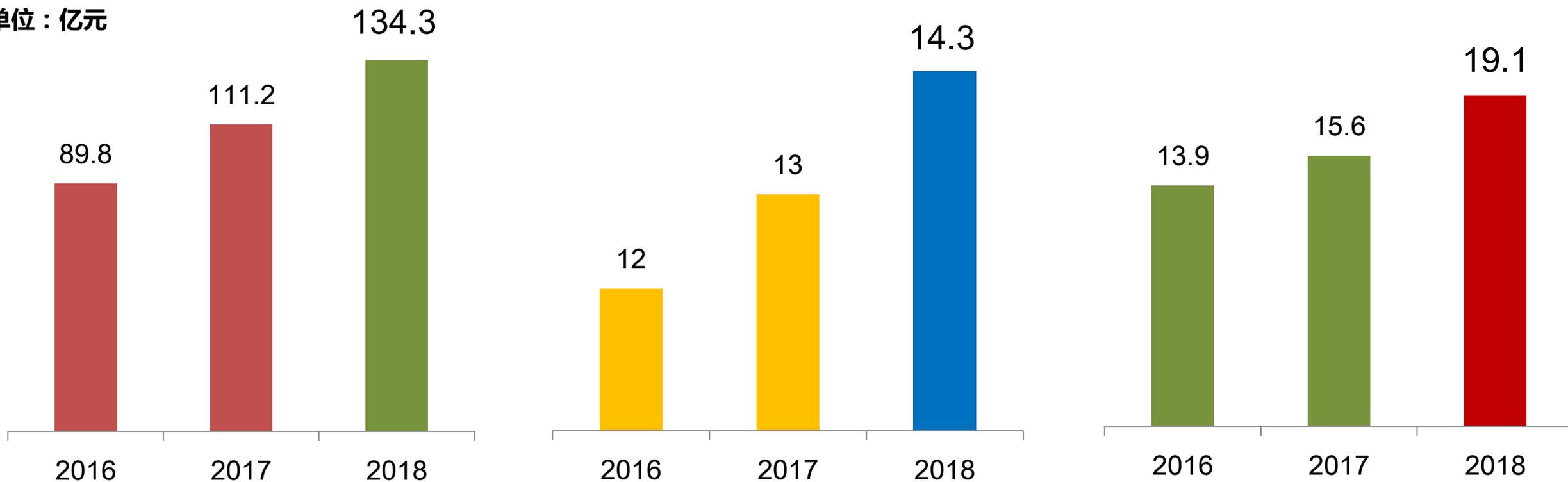
Part 1

2018年业绩回顾



回顾 2018年主要财务指标

单位：亿元



营业额 (单位：亿元)

134.3 (+20.75%)

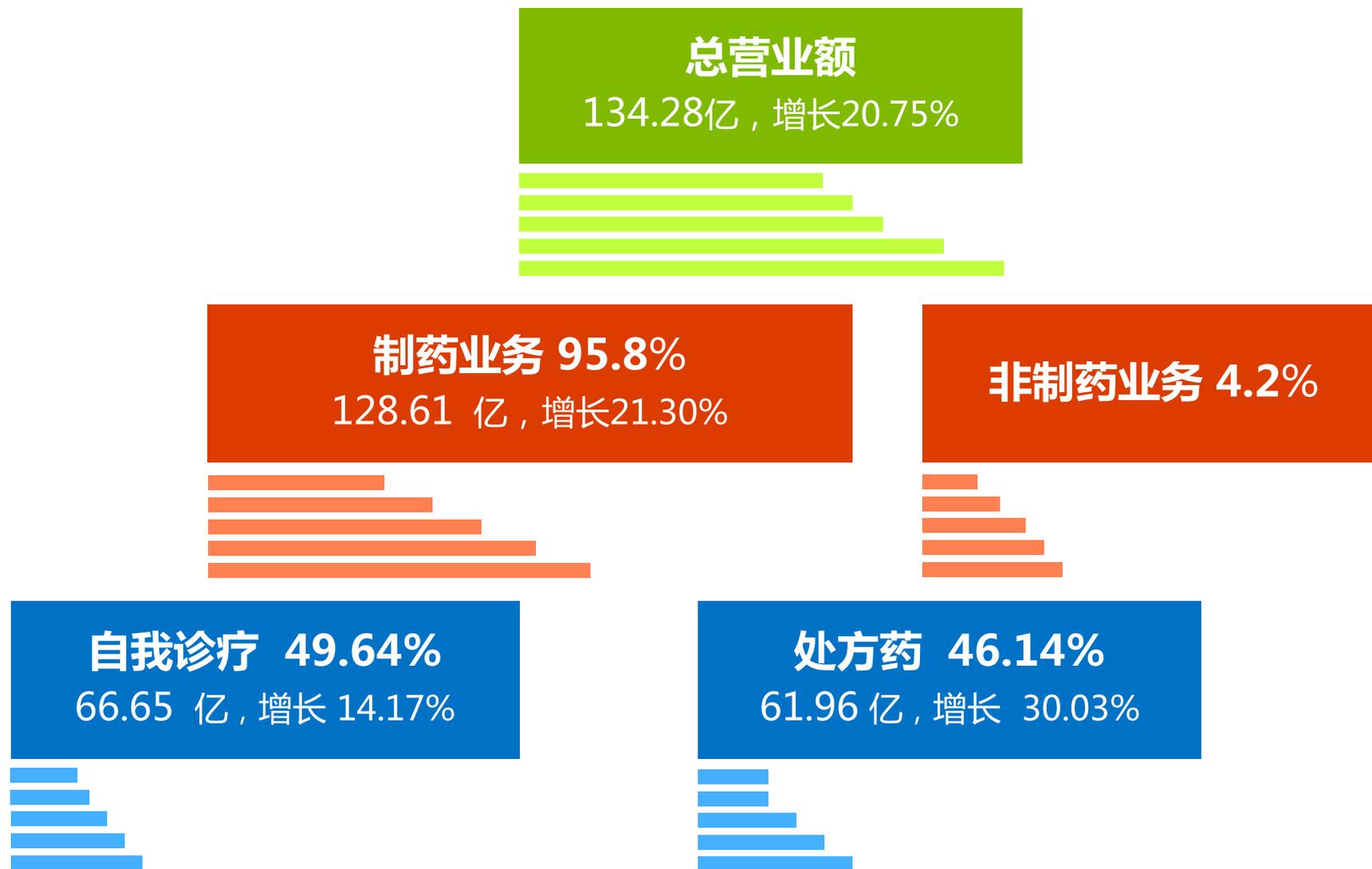
净利润 (单位：亿元)

14.3 (+10.02%)

经营性现金流 (单位：亿元)

19.1 (+19.55%)

回顾 2018年度收入结构



1. 组织创新

构建多层次创新平台，推进探索创新发展新模式，形成多层次的产品引进体系

R&D 负责中西医药科学研究和技术创新，专注高质量医药健康产品的创新研发

(研发中心)

聚焦国际品牌合作及国内潜力品种，建立搜索体系，项目持续推动落地中



2. 成立三个研究院



- ✓ 在组织层面对创新工作进行保障
- ✓ 不断优化新产品引进的论证机制,
- ✓ 强化新品立项、项目管理，有效控制研发风险

3. 制定跨战略周期的研发规划

皮肤外用品类研发规划 汇报材料

研发创新规划：3个研究院
分别制订未来规划报告

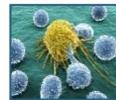


创新方向

- **自我诊疗 (CHC) 领域**：家庭常见病及预防调养方向
- **处方药领域**：消化肝病、骨科、心脑血管(危急重症)、肿瘤，关注儿科、抗感染方向

4. 品类规划及产品布局

结合现有产品基础及业务优势，在心脑血管、骨科、肝病、肿瘤等领域积极开展规划与产品布局

 心脑血管关注领域 危急重症	 骨科关注领域 类风湿性关节炎、痛风、骨质疏松	 消化肝病 在研产品2项
 肿瘤关注领域 肿瘤领域适应症	 儿科关注领域 家庭常见病及儿童健康	 抗感染领域 第五代头孢抗生素项目，上报国家局并获得进口注册受理

4. 积极开展中药研发

□ 经典名方：开展经典名方的物质基准研究

- ✓ 2018年4月国家中医药管理局发布《古代经典名方目录（第一批）》共100首，公司有4首名列其中，主要覆盖胃肠、妇科、感冒呼吸等领域

□ 中药配方颗粒：取得积极进展。

- ✓ 开展了多个配方颗粒国家统一标准研究和申报工作
- ✓ 完善和提高配方颗粒质量控制水平，提升产品品质



5. 已上市产品力提升持续提升

□ 开展质量标准提升研究及多个品种药理药效相应研究

感冒灵颗粒



血塞通软胶囊



□ 继续开展五大道地药材规范化种植研究



- ✓ 获得鸡血藤、九里香“中药材商品规格等级”团体标准2项
- ✓ “岭南中药材种子种苗繁育基地（云浮）”通过广东省级专家评审

6. 创新基础能力提升

□ 粤港澳大湾区生物制造业创新中心

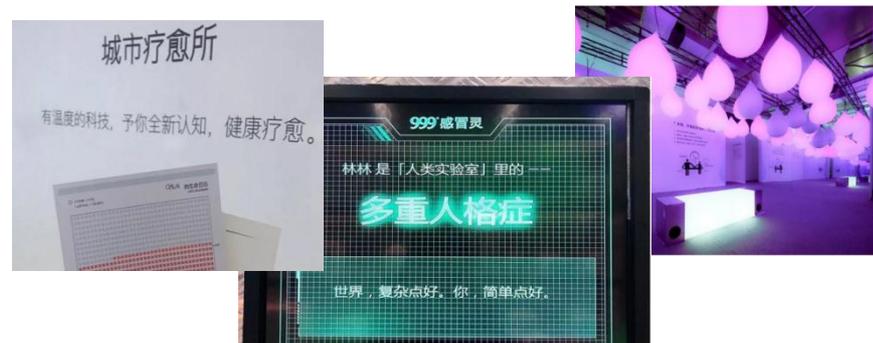
成功申报创建省市级生物医药制造业创新中心

□ 已获公示或批复

- 中药口服制剂关键技术国家地方联合工程研究中心
- 中成药制剂数字化车间新模式应用

7. 品牌建设融入创新理念

□ 999 “入境-城市疗愈所” 沉浸式互动体验空间



□ 双品牌助力中国女足取得好成绩



“999今维多”成为中国女足官方合作伙伴



“天和骨通贴膏”成为中国女足指定产品

质量体系建设



制度落实
项目落地
验证水平提升

制度落实：建立覆盖产品全生命周期的华润三九特色的标准化质量管理体系；

项目落地：完成下属16家生产单元的标准化质量体系文件的落地推广执行；

验证管理水平提升：持续开展验证落地辅导项目；已培养验证主题专家130余名；

实验室标准化体系建设



管理工具
合格评定

管理工具：针对实验室安全、质量、交付和人事四大任务，从三个体系和七个表单具体阐述说明管理者工作内容；

合格评定：观澜基地和华润三九（雅安）实验室已顺利通过中国合格评定国家认可委员会CNAS认证和复认证；

监督检查



安全检查

质量审计

安全检查：开展安全生产大检查，并对发现的隐患及时督促整改；

质量审计：完成质量审计体系搭建，制定质量审计员资格认证及管理流程。完成供应商现场质量审计。

专业培育



示范基地

宣传讲座

宣传月活动

示范基地：华润三九（郴州）EHSQ示范基地获得香港环保促进会“超卓环保安全健康奖”金奖；

宣传讲座：组织应急救护知识培训、安全检查人员专业培训、职业健康讲座等；

宣传活动：2008年起，每年开展“质量宣传月”活动

持续完善各项制度体制

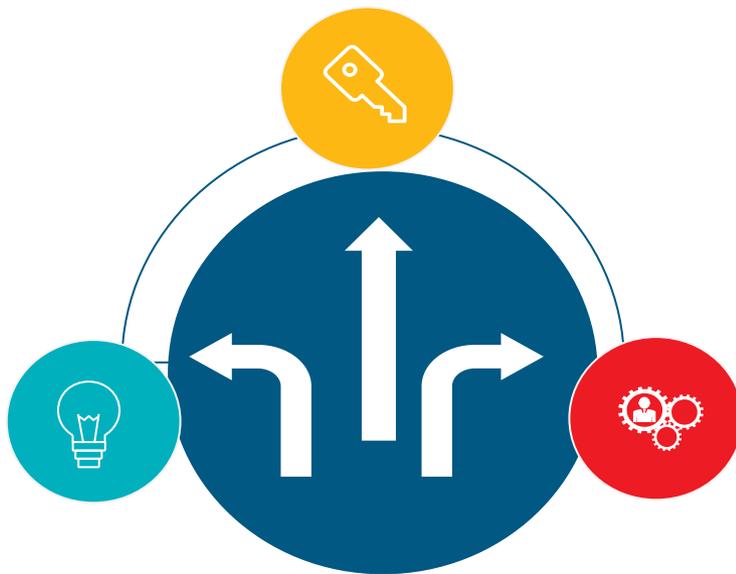
- ✓ 编写华润三九环保治理项目管理办法, 规范项目环保项目的开展与落实

《华润三九环保治理项目管理办法》

《华润三九节能减排管理制度》

- ✓ 编写华润三九废气治理技术简介及项目实施指南, 对项目治理技术选定等方面提供专业意见及建议。

《华润三九废气治理技术简介及项目实施指南》



研究节能技术 积极实施节能环保项目

- ✓ 通过锅炉改造, 2018年公司SO2累计排放量较上年**下降68.24%**;
- ✓ 通过光伏发电项目实行可再生资源利用; 有效**降低二氧化碳排放量**, 能源效率得 到显著提升。

环保三年行动计划

华润三九统计、梳理各业务单元现阶段存在的主要环保问题, 结合各业务单元实际情况, 制定了《华润三九生态环境保护暨污染源治理三年行动计划》

组织架构



定位

针对家庭常见疾病治疗，聚焦呼吸、皮肤和消化等品类，洞察消费者需求，依托999品牌，创新和升级产品，巩固领先地位，并持续扩张	抓住零售市场扩张和处方外流机会，在专科用药领域（儿科、骨科、肝胆等），从产品、学术、终端、消费者等角度，系统整合，打造专业性品牌	抓住处方外流机会，依托心脑血管产品理洙王，构建以心脑血管为主的慢病管理平台，致力于打造中国慢病领域的领导品牌	抓住大健康市场发展机会，围绕消费者健康需求，重点关注老人、儿童、女性预防保健需求，布局营养品、中药滋补等业务
---	--	--	--

1. 产品力提升

顺应消费升级，打造差异化产品



挖掘品牌内涵，实现产品升级，凸显专业性



易善复产品价值体现，在医院和零售双渠道保持良好的增长态势



丰富产品线，满足差异化、个性化需求

大健康产品上市27品规，覆盖膳食营养补充剂多个领域



收银台系列



家庭装系列

2. 品牌建设

借社会热点和创新沟通方式，提升品牌好感度

999 | 健康关爱行动



《健康本该如此》，全网播放量超2.5亿，产生良好的社会影响力

18年华润三九再登中国非处方药生产企业排行榜第一位
18年感冒灵荣获中国非处方药产品综合统计排名第一位



备注：以上两个奖项由中国非处方药物协会评选

探索慢病管理，提升专业品牌形象



- (1) 患教教育
- (2) 专题活动
- (3) 药师培训
- (4) 名医教育

护肝中心

借助品牌升级，打造专业品牌形象

- 1) 18年为好娃娃品牌实现了包装升级；
- 2) 与儿童基金会展开公益合作
- 3) 与平安好医生开展的战略合作，尝试构建“互联网+医+药”的新型产业价值链



品牌建设，提升品牌影响力

1、电视台投播广告



2、“别紧张 放轻松”短视频传播

999 今维多 | 别紧张 放轻松



3. 推出 “999今维多&三九益普利生” 双品牌组合

3. 构建康复慢病平台

结合零售渠道优势，构建康复慢病管理平台



以圣火业务为基础，构建业务发展平台。



血塞通软胶囊，销售收入稳定增长

- ✓ 零售终端覆盖快速上升，零售渠道增长较快，占比进一步提升



零售渠道业务占比快速提升

- ✓ 不断提升产品力

以血塞通软胶囊为主要研究对象的“中药大品种三期综合开发的关键技术创建及产业化应用”荣获国家科技进步二等奖



回顾 终端覆盖

强化终端掌控，持续拓展营销渠道，尝试互联网销售新模式

流量聚集

流量转化

外部资源



回顾 中药处方药业务

提升产品力，开展品类梳理，推动业务创新转型

构建高质量证据链，扩大自营模式占比



心脑血管领域

- 持续参附产品力打造，构建急重症领域高质量循证证据链



高质量循证证据链



推动急重症领域建设



骨科领域

- 深化学术推广之路及深化终端等资源掌控力



提高学术推广能力，探索多渠道销售方式



消化领域

- 易善复：开展专业的**学术推广**
- 茵栀黄口服液：完成转型，发力成人肝病市场。



打造肝病领域平台



肿瘤

- 试点多渠道销售方式



试点推进肿瘤专线建设



初探院外销售模式

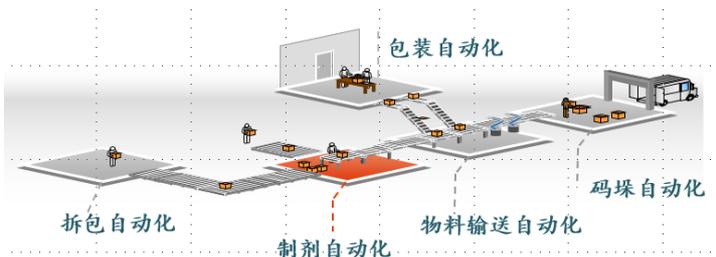
回顾 配方颗粒业务 培养产业链能力；开展多方位探索创新，尝试进入饮片市场



培养产业链能力

开展传统中药全产业链布局，逐步培养全产业链管理能力

- **药源保障**：药材种源研究及药材种植基地建设；
- **中药现代化建设**：推进“中药配方颗粒智能制造新模式应用”项目



尝试进入饮片市场

顺应政策趋势，尝试进入饮片市场。

- **打造饮片质量品牌，布局饮片产业**
 - 高端精致饮片品牌：“雅之极”
 - 中高端质量品牌：三九“本草悟”



雅之极

本草悟

业绩实现稳健增长

- 高效的战略业务组合，企业整体抗风险能力有效提升
- 产品力提升使得企业经营质量有效提升

已引进产品临床进展顺利

□ 五代头孢项目：

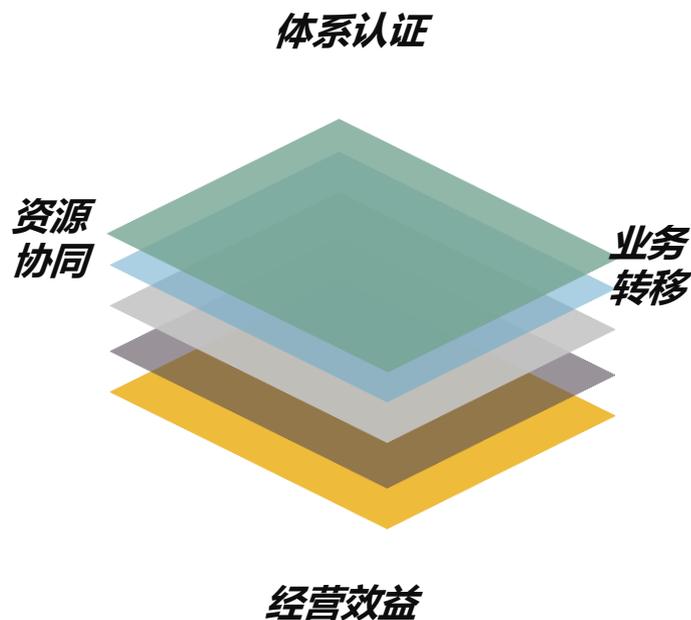
2018年完成了进口注册资料的整理，上报国家局并获得进口注册受理，临床进展符合预期

一体化销售平台搭建

- 新设抗感染业务销售平台，浙江华润九众医药有限公司，开展专业的营销推广工作

精益管理

- 2018年获华润集团首批卓越运营黑带认证
- 2018年华润三九EHS示范基地



目录

Contents

Part 2

2019年工作展望



华润三九战略屋

① 使命

关爱大众健康，共创美好生活

② 愿景

大众医药健康产业的引领者

创新运用中西医科学技术，专注高质量医药健康产品创新研发

和智能制造，服务中国家庭每一位成员，致力于成为中国医药健康第一品牌。

③ 领域

- 消费者端，以良好体验的产品和优质的服务，满足每一个家庭成员从预防-保健-治疗-康复全周期、多层次的健康需求，巩固领导品牌；
- 医疗端，充分发挥中药价值创造者能力和中、西医结合优势，聚焦核心管线，提升医院品牌影响力，对自我诊疗(CHC)业务赋能，双终端协同、有序发展。

④ 举措

洞察消费者需求，创新和升级产品

开展管线规划，持续丰富产品；打造专科学术高地，增强品牌影响力

开展中医药全产业链管理，大力发展配方颗粒及相关业务

升级中药智造，强化品质管理，探索柔性生产

基于业务战略定位，整合行业优质资源

打造创新体系，强化长期研发规划

⑤ 能力

创新与研发

中医药全产业链管理

渠道及终端掌控

消费者沟通

学术推广

组织能力

⑥ 组织

1个自我诊疗(CHC)事业群+2个处方药事业部+3个平台（生产、研发、职能）
客户导向的高绩效组织

华润三九2019年管理主题——创新、质量、效率

随着国家医药政策的调整和深化，中国医药产业迎来了巨大变革，公司在面对市场和监管模式变化的同时，也面临着诸多机会和挑战。在此背景下，公司将2019年度管理主题确定为“**创新·质量·效率**”

创新

✓ 组织创新

打造更加开放的创新组织，提升公司创新能力

✓ 产品创新、技术创新

强化长期研发规划和落地，聚焦核心领域，开展产品创新和技术创新，提供优质产品和服务

✓ 模式创新

强化赋能式发展，变革渠道结构，发挥企业优势

质量

✓ 产品质量

做好品质管控、工艺技术提升等工作，提高产品质量水平

✓ 高质量发展

围绕公司2018年制定的十三五中后期战略规划，促进企业转型升级，推动实现高质量发展

效率

✓ 运营效率

通过营销创新、信息化、自动化等手段加强产供销一体化管理,提升业务运营效率

✓ 管理效率

构建高效的组织管理能力，在加强风险控制的同时，做好对业务的支持和服务工作，提升职能管理水平

✓ 响应效率

提升对消费者、客户的需求响应效率，提升供应链响应效率，创造更大效益



组织层面保障，加强立项与项目管理

创新发展思路

围绕重点领域布局，加强产品研发与引进

自我诊疗(CHC)业务

家庭常见病

健康调养

新品引入

重点围绕家庭常见病、预防调养进行新品引进



处方药业务

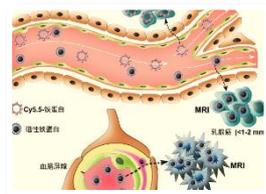
聚焦心脑血管、肿瘤、骨科、消化肝病等领域开展品类规划，加强产品研发与引进



骨科



急重症



肿瘤



消化肝病

创新发展思路

开展产品力提升研究，加大经典名方项目研究投入

产品力提升研究

药材种植

工艺优化

标准提升

询证医学
研究

研究领域

构建独特或综合优势，维护核心产品的领导地位

...

加大经典名方项目投入



发掘和发扬中医药价值，更适合现代人的诊疗需求



高质量发展

● 体系系统建设

- 推进标准化质量管理体系
- 标准化实验室管理体系建设
- 探索质量管理体系信息化建设模式
- 建立中心质量信息管理系统

● 风险管控

- 建立产品质量库
- 加强供应商质量管理(重点关注新增供应商、独家供应商等)

✓ 落实环保三年行动计划

环保三年 行动计划

- ◆ 重点监测：
 - ✓ 高风险项目
 - ✓ 污染物总量较大项目

✓ 构建环保风险管控体系

排污在 线监测

- ◆ 完善排污在线监测系统，
- ◆ 建立环保风险分级管控体系

构建环保风险控制长效机制

- **品牌OTC业务**：强化999品牌影响力，巩固感冒、皮肤、胃肠三个传统品类

聚焦



感冒品类
999[®]感冒灵

皮肤品类
999皮炎平

胃肠品类
三九胃泰[®]

- **专业品牌业务**：

儿童健康为抓手，实现产品创新，提升品牌专业性

在现有品类基础上，积极探索新专业性产品引进



儿童

实现产品创新升级



探索新专业性产品引进

儿科

骨科

妇科

肝病

自我诊疗(CHC业务)发展思路

继续布局大健康、中药滋补、康复慢病领域，构建品牌及慢病服务平台

大健康

- 继续打造999“今维多”和三九益普利生双品牌的知名度及影响力
- 布局社交电商等新型电商模式



今维多家庭装



针叶樱桃益生菌

中药滋补

尝试构建新品牌带动品类发展



康复慢病

- **现有产品**：开展临床循证医学研究，深挖临床价值
- **获取高价值产品**：在心脑血管领域，围绕预防、治疗、康复三阶段引入产品
- **提供增值服务**：借助理洙王构建心脑血管慢病服务平台，为患者提供增值服务



处方药—专科用药 聚焦核心领域，加快产品引进，丰富产品线

品类规划策略：聚焦消化、骨科、心脑血管重症、肿瘤，逐步进入妇、儿、呼吸等领域



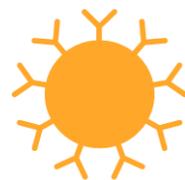
消化（肝胆）



骨骼&类风湿



心脑血管重症



肿瘤



妇科领域
儿科领域
呼吸领域



专业学术推广



专业队伍管理



专业领域



自主研发及多元化的
方式加快产品引进

✓ 推动中药一体化战略，打通全产业链布局



✓ 打造原质原味中药品牌形象，提升产品力



✓ 借助智能制造，提升运营效率

利用智能制造提升产业链能力

提升生产效率

降低生产成本

处方药—抗感染 巩固新泰林优势地位，引进具有临床价值的产品，推动精益化管理

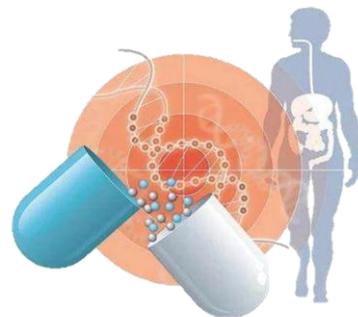
巩固优势地位

- **巩固新泰林优势地位**：通过产品力研究、临床推广等巩固优势地位
- **五代头孢研究**：积极推进五代头孢产品项目有序进行



引进产品&推动精益化管理

- **新品引进**：合作研发等多种方式，引进具有临床价值的产品
- **推动精益化管理**：对各价值链环节进行成本管理，降低成本费用



- 寻找优质资源，关注国内、国际市场并购机会；
- 通过并购等多种形式引入优质产品和品牌，提升公司核心竞争力与品牌影响力。

自我诊疗

品牌“集邮者”

- ✓ 获取消费者认可的品牌



产品

- ✓ 符合消费升级趋势的产品



新入口

- ✓ 轻问诊、智能穿戴等领域合作机会



处方药

处方药

- ✓ 中药特色产品
- ✓ 主流化药（关注创新药）

...



优化整合模式

并购 购买
海外引进

合资合作
独家授权



参股经营
并购基金

战略性投资
借助资本市场



■ **2019年业绩预计**：2019年将实现**不低于医药行业平均水平的收入增速**。

（该预计未考虑可能存在的并购、不可预测事件等行为对公司收入的影响，并假设宏观经济环境的变化对医药行业整体景气程度没有重大影响，医药相关政策的实施不会对公司核心产品的销售及价格造成重大影响）

公司在关注业绩稳定提升的同时，将切实履行上市公司责任，保证公司可持续发展，
致力于为广大投资者创造长期价值。

THANKS!

关爱大众健康

共创美好生活